

新平彝族傣族自治县交通运输局关于《新平彝族傣族自治县引进互联网租赁电动自行车投放运营项目招标文件》向社会公众征求公平竞争审查意见的公告

根据《国务院关于在市场体系建设中建立公平竞争审查制度的意见》（国发〔2016〕34号）、《市场监管总局等五部门关于印发〈公平竞争审查制度实施细则〉》（国市监反垄规〔2021〕2号）等有关规定和要求，现将《新平彝族傣族自治县引进互联网租赁电动自行车投放运营项目招标文件》向社会公众公开征求意见。如认为本文件存在违反《中华人民共和国反垄断法》《国务院关于在市场体系建设中建立公平竞争审查制度的意见》《公平竞争审查制度实施细则》含有排除或限制市场竞争的内容，请于截止时间 2026 年 7 月 10 日 18:00 前向我单位提出。

一、联系人及电话

苗 艳 15912390037（云南上资咨询有限公司）

易忠华 15987723436（新平县交通运输局）

二、提交意见方式

（一）电子邮件：发送至电子邮箱 ynszzx@126.com

（二）书面信函：邮寄至云南上资咨询有限公司玉溪分公司，地址：云南省玉溪市红塔区李棋街道上郭井 16 幢 3 号；邮编：653100

有关单位提出的意见请加盖单位公章；提交意见时请留下姓名和联系方式，以便必要时进一步联系。

特此公告。

附件：《新平彝族傣族自治县引进互联网租赁电动自行车投放运营项目招标文件》



云南上资咨询有限公司

新平彝族傣族自治县引进互联网租 赁电动自行车投放运营项目

招 标 文 件

项目编号：YNSZ2026-0731

采 购 人：新平彝族傣族自治县交通运输局

采购代理机构：云南上资咨询有限公司

日 期：2026年07月

目 录

第一章 招标公告	1
第二章 投标人须知	5
第三章 合同书样式及主要条款（草案）	19
第四章 采购需求及要求	32
第五章 评标方法（综合评分法）	40
第六章 投标文件格式	49

第一章 招标公告

新平彝族傣族自治县引进互联网租赁电动自行车投放运营项目的潜在投标人应在云南上资咨询有限公司玉溪分公司（玉溪市红塔区李棋街道上郭井 16 幢 3 号）获取招标文件，并于 2026 年 7 月 日 10 时 30 分（北京时间）前在云南上资咨询有限公司玉溪分公司（玉溪市红塔区李棋街道上郭井 16 幢 3 号）递交投标文件。

一、项目基本情况

1. 项目名称：新平彝族傣族自治县引进互联网租赁电动自行车投放运营项目

2. 项目编号：YNSZ2026-0731

3. 招标方式：公开招标

4. 项目概况：为进一步完善我县城市公共交通体系，满足群众短途出行需求，提升城市治理精细化水平，优化城市交通结构，缓解出行压力，有效解决城市交通出行“最后一公里”问题，构建绿色出行，根据交通运输部等十部委联合发布的《关于鼓励和规范互联网租赁自行车发展的指导意见》（交运发〔2017〕109号）、云南省交通运输厅等10部门联合印发的《关于鼓励和规范互联网租赁自行车发展的实施意见》（云交运输〔2023〕13号）等相关文件精神，依据委托第三方测评机构编制的《新平彝族傣族自治县城区共享单车市场容量测算与投放预测分析报告》，经县人民政府研究，决定通过公开招标方式选定运营服务企业。

5. 招标需求：依据中标候选人的排序结果，择取排名前两位的互联网租赁电动自行车企业，作为新平彝族傣族自治县互联网租赁电动自行车运营服务主体。

6. 投放数量：本次互联网租赁电动自行车投放规模实行配额总量调控，投放数量与市民短距离出行需求、城市空间承受能力、道路资源及停放设施承载能力相匹配，旨在防止盲目扩张，保持动态平衡。计划分2个区域投放：①县城区域1500辆、②扬武集镇区域（含大开门片区）500辆，投放总量为2000辆，每家企业配额为1000辆，按区域评价分配。后续将由招标人根据市民需求及承载能力，并征询相关管理部门意见，经县政府批准后方可对投放数量进行动态调整。

7. 投放服务范围：本次投放服务区域划分为2个，具体如下：①县城区域、②扬武集镇区域（含大开门片区）。各区域具体边界由中选人报送区域内城市管理部门审核，投放服务须在审核通过的区域内开展。后续若因市场需求需对投放范围进行调整的，必须经区域内城市管理部门审核，并报请县政府批准后同意后方可实施。

8. 服务期限：本项目服务期限总计五年。每年度运营期满后，对各运营主体进行上一年度

的运营服务做出相关评价，并向社会进行公示。具体评价方式及内容由招标人后期联合其他相关行业管理部门共同制定后发布。

9. 其他要求：投放电动自行车产品，须同时满足《电动自行车安全技术规范》（GB 17761-2024）、《电动自行车电气安全要求》（GB 42295-2022）、《电动自行车用充电器安全技术要求》（GB 42296-2022）、《电动自行车用锂离子蓄电池安全技术规范》（GB 43854-2024）及 3C（CCC 认证）标准。车辆投放前，中标人必须配合交通管理部门，按规定登记上牌的车辆完成上牌手续，并配备相应安全头盔。

10. 资格审查方式：资格后审。

11. 本项目不接受联合体投标。

二、投标人（投标人）的资格要求：

1. 具有独立承担民事责任能力的法人、其他组织或者自然人。提供法人或者其他组织的营业执照等证明文件，自然人的身份证明（适用于自然人参加投标情形）；

2. 投标人未被列入“信用中国”网站（<https://www.creditchina.gov.cn/>）失信被执行人、重大税收违法案件当事人名单、政府采购严重违法失信名单及“中国政府采购网”（<http://www.ccgp.gov.cn/>）政府采购严重违法失信行为信息记录。招标代理机构将于投标文件递交截止时间后在上述网站对投标人信用情况进行查询，存在上述不良信用记录的，其投标将被拒绝，查询记录为上述网站信用信息查询结果的网页截图；

3. 单位负责人为同一人或者存在直接控股、管理关系的不同供应商，不得参与同一合同项下的政府采购活动。

4. 本项目的特定资格要求：①投标人所投品牌的注册商须持有通信管理部门颁发的《互联网信息服务增值电信业务经营许可证》（即 ICP 许可证）。②投标人参与本项目所投放的车辆品牌，须为投标人（或投标人依法获得运营授权的品牌方）名下的自有注册品牌；【若同一品牌授权多家投标人参与本项目，则评标委员会仅推荐该品牌评分最高的投标人为中标候选人】。

三、获取招标文件

时间：2026 年 7 月 日起至 2026 年 7 月 日（5 个工作日），每天上午 8:00 至 11:30，14:30 至 18:00（北京时间，法定节假日除外）。

地点：云南上资咨询有限公司玉溪分公司（玉溪市红塔区李棋街道上郭井 16 幢 3 号）

方式：现场获取或邮箱获取（ynszxx@126.com）

售价：600.00 元/份。

其他：获取招标文件时须携带以下加盖投标单位公章复印件一份：1、营业执照或者其他主体资格证明文件；2、法定代表人身份证明书（法定代表人获取招标文件时提供）；3、法定代表人身份证明书、法定代表人授权委托书（代理人获取招标文件时提供）。

注：邮箱获取招标文件的潜在投标单位应将上述资料扫描件及获取招标（采购）文件登记表（详见附件）发送至邮箱（ynszzx@126.com）确认并获取招标文件。

四、提交投标文件截止时间、开标时间和地点

提交时间：2026年7月 日 10点00分至10点30分（北京时间）

截止时间（开标时间）：2026年7月 日 10点30分（北京时间）

地点：云南上资咨询有限公司玉溪分公司（玉溪市红塔区李棋街道上郭井16幢3号）。

五、公告期限

本公告期限自本公告发布之日起5个工作日。

六、其他补充事宜

1. 发布媒介：本项目招标公告将在玉溪市人民政府网及新平彝族傣族自治县人民政府网予以发布。公告内容及相关时间均以上述网站刊载信息为准，招标人及招标代理机构对其他媒体转载内容不承担任何责任。

2. 若投标人为非法人机构的，招标文件中的法定代表人同时也指其他组织的负责人。

3. 招标文件所称互联网租赁电动自行车是指互联网租赁电动自行车市场运营主体用于经营目的而投放的电动自行车。

4. 鉴于本项目情况，此招标文件是部分参照《中华人民共和国政府采购法》及相关法律法规编制，解释权属于招标人及招标代理机构。

七、对本次招标提出询问，请按以下方式联系

1. 采购人信息

名称：新平彝族傣族自治县交通运输局

地址：玉溪市新平彝族傣族自治县桂山街道西园路13号

联系方式：0877-7011173

2. 采购代理机构信息

名称：云南上资咨询有限公司

地址：云南省玉溪市红塔区李棋街道上郭井16幢3号（玉溪分公司）

联系方式：15912390037

3. 项目联系方式

项目联系人：苗艳、张红

电 话：15912390037

日 期：2026 年 7 月 日

第二章 投标人须知

投标人须知前附表

序号	条款名称	说明和要求
1	采购人	名称：新平彝族傣族自治县交通运输局 地址：玉溪市新平彝族傣族自治县桂山街道西园路13号 联系方式：
2	采购代理机构	名称：云南上资咨询有限公司 地址：云南省玉溪市红塔区李棋街道上郭井16幢3号（玉溪分公司） 联系方式：苗艳、张红 15912390037
3	项目名称	新平彝族傣族自治县引进互联网租赁电动自行车投放运营项目
4	项目编号	YNSZ2026-0731
5	采购内容	详见“第一章 招标公告”。
8	采购方式	公开招标
9	评标方法	综合评分法
10	服务期限	本项目服务期限总计五年。每年度运营期满后，对各运营主体进行上一年度的运营服务做出相关评价，并向社会进行公示。具体评价方式及内容由招标人后期联合其他相关行业管理部门共同制定后发布。
11	投放服务范围	本次投放服务区域划分为2个，具体如下：①县城区域、②扬武集镇区域（含大开门片区）。各区域具体边界由中选人报送区域内城市管理部门审核，投放服务须在审核通过的区域内开展。后续若因市场需求需对投放范围进行调整的，必须经区域内城市管理部门审核同意后方可实施。
14	履约保证金	不收取
15	标段划分	不划分标段
16	投标人资格要求	详见第一章“招标公告”中的“二、投标人（投标人）的资格要求”。

17	考察现场、标前答疑会	不组织
18	构成招标文件的其他文件	招标文件的澄清、修改书及有关补充通知为招标文件的有效组成部分。
19	投标有效期	90 日历天，从投标截止之日算起。
20	投标保证金	不收取。
21	备选投标方案和报价	不接受备选投标方案。
22	投标文件的签署	<p>1. 投标文件（正、副本）应加盖投标人公章并经法定代表人或其委托代理人签字（或盖章）的应加盖投标人公章并经法定代表人或其委托代理人签字（或盖章）。由委托代理人签字的在投标文件中须同时提交法定代表人授权委托书。</p> <p>2. 投标文件副本，可用签字盖章的正本复印。</p> <p>3. 投标文件份数：1 份正本、1 份副本、1 份电子文档（签字盖章后扫描件，U 盘或光盘形式提供）</p> <p>注：投标文件（正本、副本、电子文档）应全部密封封装，密封封面上应标上“投标文件”字样，并注明投标人名称、项目名称。</p>
23	提交投标文件截止时间、开标时间和地点	<p>提交时间：2026 年 7 月 日 10 点 00 分至 10 点 30 分（北京时间）</p> <p>截止时间（开标时间）：2026 年 7 月 日 10 点 30 分（北京时间）</p> <p>地点：云南上资咨询有限公司玉溪分公司（玉溪市红塔区李棋街道上郭井 16 幢 3 号）</p>
24	评标委员会的组建	<p>评标委员会构成：由外部第三方评审专家组成，成员人数为 5 人。</p> <p>评标专家确定方式：按照不低于 1:3 的比例组建本项目专家库，通过随机方式分别抽取评审专家。</p>
25	是否授权评标委员会确定中标人	<p><input type="checkbox"/> 是</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> 否，推荐中标候选人。</p>
26	中标服务费	<p>（1）金额：参照《云南省建设工程及政府采购代理服务收费参考意见》（云建招协〔2026〕11 号）服务类的标准下浮 35%，¥14040.00 元（大写：壹万肆仟零肆拾元整），由 2 家中标单位</p>

		<p>平均分摊支付，每家中标单位按¥7020.00元（大写：柒仟零贰拾元整）一次性支付。</p> <p>（2）缴纳方式：可用现金、银行转账或电汇的付款方式。</p> <p>缴纳账户信息：</p> <p>账户名称：云南上资咨询有限公司玉溪分公司</p> <p>开户行：中国建设银行股份有限公司玉溪大营街支行</p> <p>账号：53050165614900000525</p> <p>（3）中标人在领取《中标通知书》前应向采购代理机构缴纳中标服务费。如采用电汇或银行转账，须同时递交中标服务费缴费凭证复印件。</p>
--	--	--

一、总 则

1.1 采购方式

1.1.1 本项目参照《中华人民共和国政府采购法》《中华人民共和国政府采购法实施条例》《政府采购货物和服务招标投标管理办法》等规定执行，以公开招标采购方式进行采购。

1.1.2 公开招标，是指采购人依法以招标公告的方式邀请非特定的投标人参加投标的采购方式。

1.2 采购项目概况

1.2.1 采购人、项目名称及项目编号，详见“投标人须知前附表”。

1.2.2 本项目投放服务范围：见“投标人须知前附表”。

1.2.3 本项目服务期限：见“投标人须知前附表”。

1.3 合格的投标人

1.3.1 投标人应符合招标文件“投标人须知前附表”中规定的资格条件。

1.3.2 单位负责人为同一人或者存在直接控股、管理关系的不同投标单位，不得参加同一合同项下的政府采购活动；为采购项目提供整体设计、规范编制或者项目管理、监理、检测等服务的投标单位，不得再参加该采购项目的其他采购活动；

1.4 保密

参加公开招标采购活动的各方应对招标文件和投标文件中的商业和技术等秘密保密，否则应承担相应的法律责任。

1.5 语言文字

招标文件和投标文件使用的语言文字为中文。专用术语使用外文的，应附有中文注释。

1.6 计量单位

所有计量均采用中华人民共和国法定计量单位。

1.7 投标费用

1.7.1 不论投标结果如何，投标人均应自行承担所有与编写和提交投标文件有关的全部费用。

1.7.2 中标服务费：详见“投标人须知前附表”。

二、招标文件

2.1 招标文件构成

2.1.1 要求提供的货物、采购过程及合同条款在招标文件中均有说明，招标文件共六章，各章的内容如下：

第一章 招标公告

第二章 投标人须知

第三章 合同书样式及主要条款（草案）

第四章 采购需求及要求

第五章 评标方法（综合评分法）

第六章 投标文件格式

2.1.2 除 2.1 内容外，采购人在提交投标文件截止前发出的对招标文件的澄清或修改内容，均为招标文件的组成部分，对采购人、采购代理机构和投标人起约束作用。

2.2 招标文件的澄清、补充、修改

2.2.1 投标人若对招标文件有任何疑问，应于投标截止日期前 15 日内以书面形式（加盖公章）向招标人或招标代理机构进行询问，招标人统一解答后回复所有接收了招标文件的投标人。采购代理机构对招标文件递交时间截止前收到的任何澄清要求将以书面形式进行澄清，澄清、修改或补充内容均为招标文件的组成部分，对采购人、采购代理机构和投标人起约束作用。

2.2.2 招标文件的澄清、修改、补充等内容均以书面形式明确的内容为准。当招标文件的修改、补充等在同一内容的表述上不一致时，以最后发出的书面文件为准。

2.2.3 为使投标人在编写投标文件时有充分的时间对招标文件的澄清、修改、补充等内容进行研究，采购代理机构有权推迟投标截止时间和开标时间，并将此变更书面或在发布招标公告网站上通知所有获取同一招标文件的投标人。

2.2.4 采购人或者采购代理机构可以对已发出的招标文件进行必要的澄清或者修改。澄清

或者修改的内容可能影响投标文件编制的,采购人或者采购代理机构应当在投标截止时间至少 15 日前,以书面形式通知所有获取招标文件的潜在投标人,不足 15 日的,采购人或者采购代理机构应当顺延提交投标文件的截止时间。

三、投标文件

3.1 投标文件的语言及度量衡单位

3.1.1 投标人提交的投标文件以及投标人与采购代理机构就有关投标的所有来往函电均应使用中文。投标人可以提交其他语言打印的资料,但有关的段落必须翻译成中文,在有差异和矛盾时以中文为准。字体要便于辨识。

3.1.2 若有非中文版印刷的技术资料、资格证书等,投标人应提供符合中国有关法律法规和规章的中文译本,并以中文译本为准。

3.1.3 投标文件中所使用的度量衡单位,除招标文件中有特殊要求外,一律采用中华人民共和国公制单位。

3.2 投标文件构成

3.2.1 投标人编写的投标文件应由第六章所列的内容构成。投标人在投标截止时间前和评标过程中作出的符合招标文件要求的澄清、说明和补正,构成投标文件的组成部分。

3.3 投标报价

本项目无投标报价。

3.4 投标有效期

3.4.1 除投标人须知前附表另有规定外,投标文件**有效期应为 90 日历天**,从招标文件规定的递交投标文件的截止时间开始计算。

3.4.2 出现特殊情况需要延长投标文件有效期的,采购人以中国招标投标公共服务平台发布通知形式通知所有投标人延长投标文件有效期,投标人应予以答复。同意延长的,应相应延长其投标保证金的有效期,但不得修改其投标文件;投标人拒绝延长的,其投标文件在原有效期届满后失效。

3.4.3 投标有效期从提交投标文件的截止之日起算。投标文件中承诺的投标有效期应当不少于招标文件中载明的投标有效期。

3.5 投标保证金(本项目不收取)

3.5.1 投标保证金为人民币。投标人应在提交投标文件截止时间以前按“投标人须知前附表”规定提交投标保证金,并在规定的时间内保持有效。

3.5.2 除投标人须知前附表另有规定外，采购人将在发出中标通知书后5个工作日内退还未中标人的投标保证金，并在采购合同签订后5个工作日内退还中标人的投标保证金。

3.5.3 投标人在投标截止时间前撤回已提交的投标文件的，采购人、采购代理机构应当自收到投标人撤回通知之日起5个工作日内，退还已收取的投标保证金，但因投标人自身原因导致无法及时退还的除外。

3.5.4 有下列情形之一的，投标保证金将不予退还：

- (1) 投标人在提交投标文件截止时间后撤回投标文件的；
- (2) 投标人在投标文件中提供虚假材料的；
- (3) 除因不可抗力或招标文件认可的情形以外，中标投标人不与采购人签订合同的；
- (4) 投标人与采购人、其他投标人或者采购代理机构恶意串通的；
- (5) 法律法规规定的其他情形。

3.6 投标文件的编制

3.6.1 投标文件应按第六章“投标文件格式”进行编写，如有必要，可以增加附页，作为投标文件的组成部分。其中，投标函在满足招标文件实质性要求的基础上，可以提出比招标文件要求更有利于采购人的承诺。

3.6.2 投标人应仔细阅读招标文件，在完全了解采购的内容、技术性能要求(详见“第四章 采购需求及要求”)和商务条件后，编写投标文件。如果没有按照招标文件要求提交全部投标文件或者资料，没有对招标文件的实质性要求和条件作出响应是投标人的风险，并可能导致该投标被拒绝。

3.6.3 对招标文件提出的实质性要求和条件作出响应是指投标人必须对招标文件中标明实质性要求和条件的技术参数及性能配置、数量、售后服务、合同主要条款及其它要求等内容作出满足或者优于原要求和条件的承诺。

3.6.4 投标人应保证所提供资料的真实有效，如因资料弄虚作假所引起的一切后果由投标人自行承担。

3.7 投标文件的提交

3.7.1 递交投标文件截止时间：详见“投标人须知前附表”，投标人须在投标截止时间前完成所有投标文件的递交。

3.7.2 在规定的投标截止时间前，投标人可以修改或撤回已递交的投标文件，无须书面形式通知采购代理机构。修改的投标文件应按照有关招标文件规定进行编制、加密和提交。

3.7.3 投标文件的提交不得迟于“投标人须知前附表”规定的提交截止时间。

四、开标

4.1 开标

4.1.1 采购代理机构将在“投标人须知前附表”规定的时间和地点进行开标。

4.1.2 开标程序详见“投标人须知前附表”。

(1) 开标会由采购代理机构主持，主持人宣布开标会议开始；

(2) 介绍参加开标会的人员名单；

(3) 各投标人核对开标记录表中各项数据；如有问题，可以在线提出异议，由采购代理机构给予对应的回复。开标端发起对本次开标过程是否有异议询问后，不确认或不及时提出异议，视为对本次开标过程无异议。

(4) 代理机构确认开标会议结束。

4.1.3 采购代理机构将做开标记录并存档备查。

五、资格审查

本项目开标会议结束后，由招标人或招标代理机构依据资格审查标准对投标人投标文件进行资格审查，资格审查合格投标人不足3家的，不得进入下一步评标。第五章“评标方法（综合评分法）”的第一款各项评审内容及标准均为招标文件的实质性要求，投标文件响应各款所列材料在开标后不得澄清、后补。并向评标委员会提交资格审查报告。

六、评标

6.1 评标委员会

6.1.1 评标由采购人依法组建的评标委员会负责。评标委员会由相关技术、经济、服务等方面的专家组成，成员人数应当为5人或以上单数。评标委员会应当推选组长。

6.1.2 评审专家对本单位的采购项目只能作为采购人代表参与评标，对技术复杂、专业性强的采购项目，通过随机方式难以确定合适评审专家的，经主管预算单位同意，采购人可以自行选定相应专业领域的评审专家。采购代理机构工作人员不得参加由本机构代理的政府采购项目的评标。

6.1.3 采购人委派代表参加评标委员会的，要向采购代理机构出具授权函。

6.1.4 评标委员会成员有下列情形之一的，应当回避：

(1) 采购人或投标人的主要负责人的近亲属；

(2) 项目主管部门或者行政监督部门的人员；

(3) 与投标人有经济利益关系，可能影响对投标公正评审的；

(4) 曾因在招标、评标以及其他与招标投标有关活动中从事违法行为而受过行政处罚或刑事处罚的。

评审专家发现本人与参加采购活动的投标人有利害关系的，应当主动提出回避。采购人或者采购代理机构发现评审专家与参加采购活动的投标人有利害关系的，应当要求其回避。

6.1.5 评标中因评标委员会成员缺席、回避或者健康等特殊原因导致评标委员会组成不符合招标文件规定的，采购人或者采购代理机构应当按规定补足后继续评标。被更换的评标委员会成员所作出的评标意见无效。无法及时补足评标委员会成员的，采购人或者采购代理机构应当停止评标活动，封存所有投标文件和开标、评标资料，重新组建评标委员会进行评标。原评标委员会所作出的评标意见无效。采购人或者采购代理机构应当将变更、重新组建评标委员会的情况予以记录，并随招标文件一并存档。

6.1.6 评标委员会负责具体评标事务，并独立履行下列职责：

- (1) 审查、评价投标文件是否符合招标文件的商务、技术等实质性要求；
- (2) 要求投标人对投标文件有关事项作出澄清或者说明；
- (3) 对投标文件进行比较和评价；
- (4) 确定中标候选人名单，以及根据采购人委托直接确定中标人；
- (5) 向采购人、采购代理机构或者有关部门报告评标中发现的违法行为。

6.2 评标工作

6.2.1 评标原则

评标活动遵循公平、公正、科学和择优的原则。

6.2.2 评标方法

本项目的具体评标方法详见第五章。

6.2.3 评标工作程序

评标委员会按照第五章“评标方法”规定的方法、评审因素、标准和程序对投标文件进行评审。第五章“评标方法”没有规定的方法、评审因素和标准，不作为评标依据。评标完成后，评标委员会应向采购人提交书面评标报告。

6.2.4 评标过程的保密。开标后，直到授予投标人合同止，凡是属于审查、澄清、评审和比较的有关资料以及授标建议等均不得向投标人或其他无关的人员透露。投标人在评标过程中，所进行的力图影响评标结果的不公正活动，可能导致其投标被拒绝。

6.3 投标无效的情形

实质上没有响应招标文件要求的投标将被视为无效投标。投标人不得通过修正或撤销不符合要求的偏离或保留从而使其投标成为实质上响应的投标,但经评标委员会认定属于投标人疏忽、笔误所造成的差错,应当允许其在评标结束之前进行修改或者补正(可以是扫描件、传真件等,原件必须加盖单位公章)。修改或者补正投标文件必须以书面形式进行,并应在中标结果公告之前查核原件。限期内不补正或经补正后仍不符合招标文件要求的,应认定其投标无效。投标人修改、补正投标文件后,不影响评标委员会对其投标文件所作的评审结果。

6.3.1 在符合性审查时,如发现下列情形之一的,投标文件将被视为无效:

- (1) 投标文件的签署不符合第二章投标人须知前附表第 22 项规定;
- (2) 法人身份证明书、授权委托书不符合招标文件要求;
- (3) 投标文件未按照招标文件要求编制的或投标文件关键字迹模糊、无法辨认的;
- (4) 法律法规和招标文件规定的其他无效情形或投标文件含有采购人不能接受的附加条件的;
- (5) 不符合招标文件中规定的其他实质性要求。

6.3.2 有下列情形之一的,视为投标人串通投标,其投标无效:

- (1) 不同投标人的投标文件由同一单位或者个人编制;
- (2) 不同投标人委托同一单位或者个人办理投标事宜;
- (3) 不同投标人的投标文件载明的项目管理成员或者联系人员为同一人;
- (4) 不同投标人的投标文件异常一致或者投标报价呈规律性差异;
- (5) 不同投标人的投标文件相互混装;
- (6) 不同投标人的投标保证金从同一单位或者个人的账户转出。

6.3.3 出现下列情形之一的,按废标处理:

- (1) 符合专业条件的投标人或者对招标文件作实质响应的投标人不足三家的;
- (2) 出现影响采购公正的违法、违规行为的;
- (3) 因重大变故,采购任务取消的。

七、中标和合同(同指:服务管理责任书)

7.1 中标人的确定

7.1.1 采购代理机构应当在评标结束后 2 个工作日内将评标报告送采购人确认。

7.1.2 采购人应当自收到评标报告之日起5个工作日内，在评标报告确定的中标候选人名单中按顺序确定中标人。中标候选人并列的，由采购人或者采购人委托评标委员会按照招标文件规定的方式确定中标人；招标文件未规定的，采取随机抽取的方式确定。

7.2 中标结果公告

7.2.1 中标人确定后2个工作日内，在玉溪市人民政府网及新平彝族傣族自治县人民政府网发布中标结果。

7.2.2 中标结果公告内容包括采购人及其委托的采购代理机构的名称、地址、联系方式，项目名称和项目编号，中标人名称、地址，主要中标标的的名称、规格型号、数量、单价、服务要求，中标公告期限以及评审专家名单。

7.2.3 中标公告期限为1个工作日。

7.2.4 在公告中标结果的同时，采购人或者采购代理机构应当向中标人发出中标通知书；对未通过资格审查的投标人，应当告知其未通过的原因；采用综合评分法评审的，还应当告知未中标人本人的评审得分与排序。

7.3 中标通知书

7.3.1 公告中标结果的同时向中标人发出中标通知书。

7.3.2 中标通知书是合同的一个组成部分。

7.3.3 采购代理机构无义务向未中标投标人解释未中标的原因和退回投标文件。

7.4 签订合同

7.4.1 采购人应当自中标通知书发出之日起30日内，按照招标文件和中标人投标文件的规定，与中标人签订书面合同。所签订的合同不得对招标文件确定的事项和中标人投标文件作实质性修改。

7.4.2 采购人不得向中标人提出任何不合理的要求作为签订合同的条件。

7.4.3 政府采购合同履行中，采购人需追加与合同标的相同的货物或者服务的，在不改变合同其他条款的前提下，可以与投标单位协商签订补充合同，但所有补充合同的采购金额不得超过原合同采购金额的百分之十。

7.4.4 特殊情形处理

中标或者中标单位拒绝与采购人签订合同的，采购人可以按照评审报告推荐的中标或者成交候选人名单排序，确定下一候选人为中标或者中标单位，也可以重新开展政府采购活动。

八、其他事项

8.1 询问、质疑、投诉

8.1.1 询问

(1) 投标人对政府采购活动事项有疑问的，可以向采购人或者采购代理机构提出询问，询问可以口头方式提出或者书面形式提出。

(2) 如采用书面形式提出询问，投标人为自然人的，询问函应当由本人签字；投标人为法人或者其他组织的，应当由法定代表人、主要负责人或授权代表签字或者盖章，并加盖投标人公章。询问投标人若委托代理人提出询问的，询问函应按要求列明“授权代表”的有关内容，并提交由投标人签署的授权委托书及代理人身份证复印件，并加盖投标人公章。授权委托书应载明代理人的姓名或者名称、代理事项、具体权限、期限和相关事项。

(3) 采购人或者采购代理机构在三个工作日内对投标人依法提出的询问作出答复。

8.1.2 质疑

8.1.2.1 提出质疑

(1) 投标人认为招标文件、评标过程和中标结果使自己的合法权益受到损害的，可以在知道或者应知其权益受到损害之日起七个工作日内，以书面形式（指加盖投标人公章的文本）向采购人或采购代理机构提出质疑，逾期对招标文件提出质疑将不再受理。提出质疑的投标人应当是参与所质疑项目采购活动的投标人，投标人针对同一采购程序环节的质疑应当在法定质疑期内一次性提出，提出质疑时应当有明确的要求和必要的证明材料。

注：质疑期限：

① 投标人认为招标文件的内容损害其权益的，应当在获取招标文件之日或者招标文件公告期限届满之日起七个工作日内。（注：投标人获取招标文件之日早于招标文件公告期限届满之日的，则以投标人获取招标文件之日为质疑时效期间的起算日期；否则，以招标文件公告期限届满之日为质疑时效期间的起算日期）

② 投标人认为采购过程损害其权益的，应在各采购程序环节结束之日起七个工作日内。

③ 投标人认为中标结果损害其权益的，应在中标结果公告期限届满之日起七个工作日内。

(2) 投标人可以委托代理人进行质疑。其授权委托书应当载明代理人的姓名或者名称、代理事项、具体权限、期限和相关事项。投标人为自然人的，应当由本人签字；投标人为法人或者其他组织的，应当由法定代表人、主要负责人签字或者盖章，并加盖公章。代理人提出质疑，应当提交投标人签署的授权委托书。

(3) 投标人提出质疑应当提交质疑函和必要的证明材料（如材料中有外文资料应同时附上中文译本）。质疑函应当包括下列内容：

- ①投标人的姓名或者名称、地址、邮编、联系人及联系电话；
- ②质疑项目的名称、编号；
- ③具体、明确的质疑事项和与质疑事项相关的请求；
- ④事实依据；
- ⑤必要的法律依据；
- ⑥提出质疑的日期。

质疑书实行实名制，投标人为自然人的，应当由本人签字；投标人为法人或者其他组织的，应当由法定代表人、主要负责人，或者其授权代表签字或者盖章。

注：《政府采购投标人质疑函范本》详见中国政府采购网（<http://http://www.ccgp.gov.cn/>）

投标人提出质疑时，被质疑人应配合质疑处理部门的调查、处理工作，根据需要对举证材料须给予书面澄清回复和接受质询，其投标文件可公开的内容须接受任何形式的审查核实。

(4) 以联合体形式参加政府采购活动的，其质疑应当由组成联合体的所有投标人共同提出。

(5) 投标人捏造事实、提供虚假材料或者以非法手段取得证明材料不能作为质疑的证明材料。

(6) 采购人或者采购代理机构在收到质疑函后7个工作日内作出答复，并以书面形式通知质疑投标人和其他有关投标人，但答复内容不涉及商业秘密。

(7) 询问、质疑的期间开始之日，不计算在期间内。期间届满的最后一日是节假日的，以节假日后的第一日为期间届满的日期。

(8) 对于捏造事实、滥用维权扰乱采购秩序的恶意质疑者或举证不全查无实据被驳回次数在一年内达三次以上，将纳入不良行为记录名单并承担相应的法律责任。

(9) 采购代理机构接收质疑函的联系部门、联系电话和通讯地址等信息详见第一章通讯联系人、电话及地址。

(10) 采购人、采购代理机构应当在收到投标人的书面质疑后七个工作日内作出答复，并以书面形式通知质疑投标人和其他有关投标人，但答复的内容不涉及商业秘密。

注：详细内容可查看《中华人民共和国财政部令第94号——政府采购质疑和投诉办法》

8.1.2.2 质疑处理

(1) 采购人、采购代理机构认为投标人质疑不成立，或者成立但未对中标结果构成影响的，继续开展采购活动；认为投标人质疑成立且影响或者可能影响中标结果的，按照下列情况处理：

①对招标文件提出的质疑，依法通过澄清或者修改可以继续开展采购活动的，澄清或者修改招标文件后继续开展采购活动；否则应当修改招标文件后重新开展采购活动。

②对采购过程、中标结果提出的质疑，合格投标人符合法定数量时，可以从合格的中标候选人中另行确定中标人的，应当依法另行确定中标人；否则应当重新开展采购活动。

(2) 质疑答复导致中标结果改变的，采购人或者采购代理机构应当将有关情况书面记录。

8.1.3 投诉

投诉必须首先经过质疑程序。质疑投标人对采购人、采购代理机构的答复不满意，或者采购人、采购代理机构未在规定的时间内作出答复的，可以在答复期满后十五个工作日内书面向新平彝族傣族自治县交通运输局投诉，新平彝族傣族自治县交通运输局将联合其他职能部门处理投诉事宜。

8.2 纪律要求

8.2.1 对采购人的纪律要求

采购人不得泄露公开招标采购活动中应当保密的情况和资料，不得与投标人串通损害国家利益、社会公共利益或者他人合法权益。

8.2.2 对投标人的纪律要求

投标人不得相互串通或者与采购人串通，不得向采购人或者评标委员会成员行贿谋取中标，不得以他人名义参加公开招标采购活动或者以其他方式弄虚作假骗取中标；投标人不得以任何方式干扰、影响评审工作。

8.2.3 对评标委员会成员的纪律要求

评标委员会成员不得收受他人的财物或者其他好处，不得向他人透露对投标文件的评审和比较、候选中标投标人的推荐情况、评审中获悉的商业秘密以及评审有关的其他情况。在开标活动中，评标委员会成员应当客观、公正地履行职责，遵守职业道德，不得擅离职守、影响会议工作正常进行，不得使用第五章“评标方法”没有规定的评审因素和标准进行评审。

8.2.4 对于采购活动有关的工作人员的纪律要求

与开、评标活动有关的工作人员不得收受他人的财物或者其他好处，不得向他人透露对投标文件的评审、候选中标投标人的推荐情况以及开标有关的其他情况。在开、评标活动中，与开、评标活动有关的工作人员不得擅离职守，影响开、评标工作正常进行。

8.3 解释权

本招标文件是部分参照《中华人民共和国政府采购法》及相关法律法规编制，解释权属于招标人及采购代理机构。

第三章合同书样式及主要条款（草案）

编号：_____

新平彝族傣族自治县引进互联网租赁电动自行车
投放运营项目协议（范本）

甲 方：_____

乙 方：_____

签署日期：_____年_____月_____日

注：本运营服务协议为范本，最终内容以双方正式签署的版本为准。

新平彝族傣族自治县引进互联网租赁电动自行车投放运营项目协议（简称“本协议”）由以下双方签署：

甲方：_____

统一社会信用代码：_____

联系地址：_____

法定代表人或委托代理人：_____

乙方：_____

统一社会信用代码：_____

联系地址：_____

法定代表人或委托代理人：_____

为进一步完善我县城市公共交通体系，满足群众短途出行需求，提升城市治理精细化水平，优化城市交通结构，缓解出行压力，有效解决城市交通出行“最后一公里”问题，构建绿色出行，根据交通运输部等十部委联合发布的《关于鼓励和规范互联网租赁自行车发展的指导意见》（交运发〔2017〕109号）、云南省交通运输厅等10部门联合印发的《关于鼓励和规范互联网租赁自行车发展的实施意见》（云交运输〔2023〕13号）等相关文件精神，依据委托第三方测评机构编制的《新平彝族傣族自治县城区共享单车市场容量测算与投放预测分析报告》，经县人民政府研究，通过公开招标方式选定你单位为新平彝族傣族自治县引进互联网租赁电动自行车投放运营项目服务企业。甲乙双方经友好协商，本着平等自愿、诚实信用的原则签署本协议，共同遵照履行。

第一章 总 则

第一条 甲方根据公开选取结果，同意乙方在约定的运营期内和划定的区域范围内从事互联网租赁电动自行车运营服务，并与乙方在云南省玉溪市新平彝族傣族自治县签署本协议，明确甲乙双方在互联网租赁电动自行车运营服务中的权利和义务。乙方按照本协议约定从事互联网租赁电动自行车运营服务。

第二条 甲乙双方均声明并保证，各自具有充分的权利、授权签署本协议，并有能力履行本协议下的各项义务。

第三条 甲乙双方应当遵循以下原则：

- （一）遵守中华人民共和国法律法规；
- （二）优先保障公共安全和公共利益；
- （三）保障用户人身、财产、信息安全，维护人民群众合法权益。

第二章 定义与解释

本协议中下列名词或术语的含义遵从本章的定义或解释。

第四条 法律法规：指所有适用的法律、行政法规、地方性法规、单行条例、规章、司法解释以及玉溪市人民政府及其组成部门的规范性文件。为本协议目的，任何政府行政管理部门签发的对双方履行本协议有实质性影响的，以及明确租赁关系、侵权责任，规范乙方在运营服务中的行为（如对用户数据的收集、使用、共享、存储等），保护用户人身、财产、信息安全，保障互联网租赁电动自行车有序运营的文件均视为

本协议适用法律法规的一部分。

第五条 互联网租赁电动自行车：指经营者以互联网技术为依托构建服务平台，为用户提供分时租赁服务的营运自行车，包括互联网租赁人力自行车和互联网租赁电动自行车。

第六条 超量投放：指乙方在本协议约定的运营区域范围内投放超过本协议约定数额（即实际投放车辆数量超过约定数量，含1辆及以上）的互联网租赁电动自行车。

第七条 不实质投入运营：指乙方取得运营权利后，未开展与本协议目的、要求相匹配的经营活动，未投入资源开展核心业务的行为，如未按协议约定投放互联网租赁电动自行车或配置相应管理人员等。

第八条 退出（清退）机制：指乙方实质投入运营后，因本协议约定的运营期限届满或本协议约定的其他原因导致乙方不再享有运营权利时，乙方应当按照本协议约定退出运营并履行相应善后义务。

第九条 不可抗力：指在签署本协议时不能合理预见的、不能克服和不能避免的事件或情形，以满足上述条件为前提，不可抗力包括但不限于：

- （一）雷电、地震、火山爆发、滑坡、水灾、暴雨、海啸、台风、龙卷风或旱灾；
- （二）流行病、瘟疫；
- （三）战争行为、入侵、武装冲突或外敌行为、封锁或军事力量的使用，暴乱或恐怖行为；
- （四）化学或放射性污染或核辐射；
- （五）其他法律法规界定的情形。

第三章 运营服务的基本内容

第十条 运营期限：_____年，自_____年___月___日起至_____年___月___日止。

第十一条 运营区域范围：乙方运营区域范围为_____范围内。乙方应当在所约定的运营区域内从事互联网租赁电动自行车运营服务，起讫点一端均不得超出甲乙双方约定的运营区域范围。

第十二条 运营份额：乙方运营车辆数量共_____辆，其中。

第十三条 乙方不得以任何形式转让、转包或分包获得的运营份额。

第十四条 运营期限届满或本协议提前终止后，乙方应退出运营，并完成终止运

营的善后工作，包括但不限于在手机客户端显著位置持续公告有关信息，采取有效措施保障用户合法权益和财产、信息安全，回收投入运营车辆并向公安机关交通管理部门申请电动自行车注销并交回号牌，拆除有关设施等。

第四章 权利与义务

第十五条 甲方享有下列权利：

（一）根据公开招标结果，最终确定新平彝族傣族自治县互联网租赁电动自行车运营服务主体及其运营份额等；

（二）对乙方的运营服务行为进行日常监督管理；

（三）受理对乙方的投诉，进行核实并依法处理；

（四）因抢险、救灾等涉及国家利益和特殊任务的紧急需要，根据各级党委、政府的应急决定和措施，征用和调配乙方车辆，甲方按照法律法规及相关政策文件规定给予乙方公平、合理的补偿；

（五）运营期限内，组织对乙方开展服务质量考核并按照考核结果采取相应奖励或惩戒措施；

（六）为维护公共利益和行政管理的需要，根据法律法规及规范性文件规定和本协议相关条款，变更或者解除与乙方签署的运营服务协议；

（七）联合政府相关职能部门，组织开展打击伪造、变造互联网租赁电动自行车号牌，超量投放互联网租赁电动自行车等违法、违规、违约行为，维护新平彝族傣族自治县互联网租赁电动自行车的市场秩序，加强与相关单位的沟通协商，切实维护行业整体利益和运营服务主体合法权益；

（八）对乙方的经营管理活动进行业务指导；

（九）制定应急预案，保障社会公共利益；

（十）法律法规规定和本协议约定的其他权利。

（十一）其他：

第十六条 甲方应履行下列义务：

（一）在运营期内，不得无故收回乙方的运营权利；

（二）不得干预乙方正常经营活动；

（三）对履行协议过程中知悉的商业秘密，不得泄露或者不正当使用；

- (四) 无正当理由不得擅自变更、解除本协议；
- (五) 发现乙方违约或履行合同存在瑕疵、障碍时，及时通知乙方，避免损失扩大；
- (六) 及时处理乙方提出的合理诉求和意见建议；
- (七) 法律法规规定和本协议约定的其他义务。
- (八) 其他：

第十七条 乙方享有下列权利：

- (一) 独立经营管理的权利；
- (二) 根据本协议的约定，通过提供互联网租赁电动自行车运营服务而获得合理收益；
- (三) 依法依规享受有关优惠政策和政府补贴（若有）；
- (四) 对甲方制定或修订的互联网租赁电动自行车相关政策，提出合理化意见建议；
- (五) 对有关互联网租赁电动自行车的政策法规和公共信息按照有关法律法规规定享有知情权；
- (六) 依法制止和排除妨害互联网租赁电动自行车正常运营服务的行为；
- (七) 提请并配合行政管理部门对扰乱正常市场秩序的行为进行调查处理；
- (八) 法律法规规定和本协议约定的其他权利。
- (九) 其他：

第十八条 乙方应履行下列义务：

- (一) 提供的服务符合本协议约定事项，并认真履行所提交的报名材料和申请文件中明确的所有服务内容及承诺事项；
- (二) 严格履行安全生产主体责任；
- (三) 按照本协议第十一条约定的运营范围、第十二条约定的运营份额开展运营，不得超范围、超量投放；
- (四) 在正式投放运营前按要求完成车辆上牌登记、智能设备安装和电子围栏划定等工作，由此产生的相关费用由乙方自行承担；
- (五) 依法依规组织开展运营服务，配合行政管理部门日常监督检查和服务质量考核评价等工作，并及时整改、反馈相关问题；需回收车辆的，应在3个自然日内完成车辆回收；触发退出（清退）机制的，自动退出运营；
- (六) 后续应将运营车辆之中控查询数据、车辆编号、动态位置、行驶轨迹、电池状

态、订单信息及运维管理人员等静态与动态数据，实时、完整、准确地接入平台，并与相关行政管理部门依法进行共享与使用。

(七) 做好节假日、重要会议、重大活动等特殊时段的保障工作；

(八) 建立健全符合环保要求的废旧车辆（含电池）回收机制、符合生产安全工作要求的机制；

(九) 法律法规规定和本协议约定的其他义务。

(十) 其他：

第五章 评价机制

第十九条 甲方在每一服务年度周期内，对乙方的整体服务质量展开全面且系统的评价工作。该评价机制所覆盖的具体范围广泛，除包括但不限于车辆是否出现违章占道乱停乱放现象、日常运营管理中对于管理方指示的服从度与配合度、向用户收取费用的具体行为是否合规且具有规范性、是否存在非正常或存疑的收费记录及情况外，还将重点关注服务期间车辆被采取冻结措施的数量统计、甲方曾对乙方进行的正式约谈及相关书面记录，以及针对用户投诉与反馈的实际处理过程与最终解决成效等一系列关键事项。评价结束后，所获得的综合评价结论及详细结果将通过指定的官方渠道及相关公共媒体平台面向社会予以正式公布，以实现信息的公开透明。

第二十条 所有在本项目服务期限内的互联网租赁电动自行车运营服务企业，必须高度重视并持续致力于维护与提升本企业的品牌声誉及市场形象，应当采取积极有效的措施，努力争取来自用户、监管方及社会的正面评价与反馈。若乙方的相关服务质量评价内容（包括但不限于文字、数据、案例等）被甲方以外的其他政府部门、第三方评估机构、行业组织或其他合作项目援引、转载或采用，在此特别明确：甲方对此类引用行为及其可能产生的一切后续影响或后果，均无需承担任何形式的责任或义务。

第六章 违约责任

第二十一条 甲方未能履行本协议约定的义务或侵犯乙方自主经营权利的，乙方有权要求甲方在合理的期限内予以改正。逾期未改正且无正当理由的，乙方可依法向甲方所在地人民法院提起诉讼。

第二十二条 乙方发生违规超量投放行为的，甲方有权按以下方式处理：

(一) 首次发现的, 责令乙方限期 3 个自然日内回收全部违规投放车辆, 并冻结乙方运营份额 10% 的互联网租赁电动自行车, 冻结期限为 1 个月;

(二) 第 2 次发现的, 责令乙方限期 3 个自然日内回收全部违规投放车辆, 冻结乙方运营份额 20% 的互联网租赁电动自行车, 冻结期限为 2 个月; 同时甲方向乙方所属总公司(母公司)发出书面警示函, 通报违规情况及处理结果(若有);

(三) 第 3 次发现的, 甲方有权解除运营服务协议, 要求乙方限时退出运营。

第二十三条 乙方因违反本协议约定被冻结的车辆, 应在收到通知后 3 个自然日内完成被冻结车辆的回收并自行安排场地屯放。未在规定时间内完成车辆回收或因屯放影响公共交通秩序的, 将可能导致无法续签后续年度运营服务协议或解除当前运营服务协议。

第二十四条 乙方不履行本协议约定的义务, 或不履行运营服务主体责任和行业自律要求, 或运营服务质量考评不合格, 或因其他行为造成恶劣影响的, 甲方有权要求乙方限期整改, 乙方拒不整改或整改不到位的, 甲方有权解除运营服务协议, 要求乙方退出运营, 并由乙方承担因自身违约导致退出运营所产生的车辆回收、设备处置等经济损失。

第二十五条 乙方应建立健全群众投诉受理、办理、反馈机制, 明确投诉处理流程和时限。对涉及运营服务质量、车辆安全、停放秩序、费用争议等群众投诉, 应在以下时限内办结并向投诉人及甲方反馈结果:

(一) 一般投诉(事实清楚、诉求明确的简单事项) 3 个工作日内办结;

(二) 复杂投诉(涉及多方协调、需调查核实的事项) 7 个工作日内办结, 特殊情况需延长办理时限的, 应提前向甲方报备并告知投诉人, 延长时限不得超过 7 个工作日。若月度群众投诉办结率低于 95% 或满意率低于 70%, 经甲方提醒后 15 日内未整改到位, 累计 3 次及以上的, 或因投诉处理不当引发重复投诉、越级投诉或群体性投诉事件的, 甲方有权冻结乙方运营份额 10% 的互联网租赁电动自行车, 冻结期限为 1 个月。

乙方应建立常态化社会舆情监测、预警及处置机制, 明确舆情应对责任人, 实时跟踪涉及本企业互联网租赁电动自行车运营服务的各类舆情(包括但不限于媒体曝光、网络平台热议、自媒体传播等)。

第二十六条 乙方应严格遵守《中华人民共和国民法典》《中华人民共和国劳动法》《中华人民共和国劳动合同法》等相关法律法规，保障从业人员合法权益，建立和谐劳动关系。

第二十七条 乙方出现下列情形之一，甲方有权行使代为处置权（处置方式包括但不限于委托第三方回收车辆至指定合规场地存放；对存在安全隐患的车辆进行维修整改；对达到报废标准、无维修价值或长期无人认领的车辆，按照相关法律法规规定及环保要求进行报废处置；对仍具备使用价值的车辆，通过公开拍卖、折价转让等方式处置），代为处置所产生的全部费用（包括但不限于回收费、运输费、存放费、维修费、报废处置费、拍卖佣金、评估费、税费等）均由乙方承担：

- （一）违反本协议约定，未在规定期限内回收违规投放车辆、被冻结车辆的；
- （二）本协议终止后，未按本协议约定完成全部运营车辆回收的；
- （三）乙方营业执照被吊销、撤销、注销，或丧失经营能力，或被列入重大失信名录，或失联，导致无法履行车辆处置义务的；
- （四）乙方运营车辆损坏或存在安全隐患（如刹车失灵、电池故障、定位失效等），经甲方通知后限期仍未整改的；
- （五）其他因乙方违约或怠于履行义务，严重影响市容环境和交通秩序或危害公共安全、损害公共利益，造成恶劣影响或严重后果的。
- （六）其他：

第七章 协议的变更、解除及终止

第二十八条 本协议经甲乙双方协商，可以变更或解除。

第二十九条 本协议在履行过程中，所依据的法律法规修改、废止、撤销，或签署本协议时所依据的客观情况发生重大变化的，本着维护公共安全、保障公共利益的原则，甲方可以依法变更或者解除本协议，但应提前 30 日通知乙方。

第三十条 本协议在履行过程中，乙方不得擅自停业、歇业，确实无法履行协议的，应提前 60 日内向甲方提交申请和善后处置方案，经甲方同意后，可变更或解除协议。

第三十一条 本协议确需变更的，由甲乙双方按程序以书面形式确定协议变更内容。

第三十二条 自本协议签署之日起，乙方无正当理由超过 60 日不实质投入运营或者运营后连续 30 日停止运营的，视为自动放弃运营权利，本协议提前终止。协议终止后，乙方应在 15 日内完成全部运营车辆回收及场地清理，逾期未回收的，甲方有权委托第三方处置，处置费用由乙方承担。因乙方违约给甲方造成损失或损害公共利益的，甲方有权要求乙方赔偿。

第三十三条 本协议约定的运营期限届满后，本协议自动终止。

第三十四条 乙方在运营期间出现下列情况，甲方有权解除本协议，甲方不给予任何形式的补偿。

（一）乙方运营期限届满，或在运营期内被相关行政管理部门处以吊销营业执照、撤销、注销、不正当竞争、影响城市管理责令退出等严重行政处罚的，或丧失经营能力，或被列入重大失信名录，或构成犯罪的；

（二）乙方以任何形式转让、转包或分包其获得的运营份额的；

（三）乙方提供的服务严重违反本协议约定或互联网租赁电动自行车运营服务主体选取项目申请时乙方“申请文件”所承诺内容的；

（四）乙方不履行本协议约定的相关义务，情形严重的；

（五）乙方不参加或不配合甲方进行年度服务评价的；

（六）乙方违规超量投放互联网租赁电动自行车，被发现 3 次及以上的；

（七）乙方被发现并经有关部门认定实际上不符合投标人资格条件，通过投标文件造假、谎报瞒报信息等手段违规入选成为运营服务主体的；

（八）乙方被发现谎报瞒报财务报表、人员车辆配置情况、平台接入数据等关键信息，情形严重的；

（九）乙方出现法律法规所规定的其他需退出运营的情形。

第三十五条 乙方违反本协议约定或存在本协议约定的其他可以解除协议的违约行为时，经甲方书面向乙方提出解除本协议的通知后，本协议终止。

第八章 不可抗力免责

第三十六条 由于不可抗力事件不能全部或部分履行义务时，可中止履行本协议项下的义务（在不可抗力事件发生前已发生的应负未负义务除外）。

甲方或乙方按照前款约定中止履行义务的，必须在不可抗力事件结束后恢复履行相应义务。

第三十七条 提出不可抗力一方的义务：声称受到不可抗力的一方应及时采取相应措施，避免或减少不可抗力事件对公共安全、用户权益及城市秩序的影响，并留存相关证据，否则应对因自身原因扩大的损失部分承担赔偿责任。

第九章 争议解决

第三十八条 协商解决争议：若双方对于本协议、在本协议项下或与本协议有关的或对其条款解释（包括关于其存在、有效或终止的任何问题），以及因履行本协议而产生的任何争议、分歧或索赔，都应优先选择通过协商解决。

第三十九条 提起诉讼：因本协议引起的或与本协议有关的争议，无法通过协商解决的，可向甲方所在地人民法院提起诉讼。

第四十条 争议解决期间，甲乙双方均应在除争议事项外的其他方面全面、合理地履行本协议。

第十章 附则

第四十一条 协议可分割性：如果本协议任何条款不合法、无效或不能执行，或者被任何有管辖权的仲裁机构或人民法院宣布为不合法、无效或不能执行，则其他条款仍然有效和可执行。

第四十二条 继续有效：本协议终止后，有关争议解决条款和在本协议约定终止后仍然有效的条款继续有效。

第四十三条 为保障本协议履行过程中各类通知、函件、法律文书的有效传递，甲乙双方就送达地址、联系人及相关事宜作出如下明确约定，双方均应严格遵守本协议履行送达义务，该约定效力及于本协议履行期间、协议终止后及因本协议产生的争议解决程序（包括协商、诉讼、仲裁等）。

（一）甲方指定送达信息

固定送达地址：_____

联系人：_____

联系电话：_____

（二）乙方指定送达信息

固定送达地址：_____

联系人：_____

联系电话：_____

双方如需变更上述送达地址、联系人、联系电话等信息，应提前 15 日内以书面形式（需加盖公章或由法定代表人/授权代表签字确认）通过本协议约定的有效送达方式向对方发出变更通知。

第四十四条 送达方式及生效认定标准

专人送达：送达方指派工作人员将文书直接交付给接收方指定联系人，联系人在送达回证上签字或盖章之日视为送达完成；

邮寄送达：通过中国邮政 EMS 快递服务寄送，邮寄地址为双方本协议约定的固定送达地址。快递机构系统显示“投递签收”的，以签收日期为送达日期；快递机构反馈“拒收”“无人签收”“地址不详”“查无此人”等无法投递情形的，自快递机构首次投递之日起第 3 日视为送达完成。

公告送达：因一方失联、下落不明等特殊情况导致上述方式无法送达的，送达方可在玉溪市市级及以上公开发行的报刊或甲方官方网站发布公告，自公告发布之日起 30 日视为送达完成。

第四十五条 本协议连同附件均用中文书写。本协议一式____份，甲乙双方各执____份，具有同等法律效力。

第四十六条 本协议附件是本协议不可分割的组成部分，与本协议具有同等法律效力；附件内容与本协议不一致的，以本协议为准，其他未尽事宜双方可另行签署补充协议。

甲方：（公章）

乙方：（公章）

法定代表人/委托代理人：

法定代表人/委托代理人：

年 月 日

年 月

日

（本协议为范本，其他未尽事宜可根据签署协议时的实际情况由甲乙双方协商进行增补）

第四章 采购需求及要求

一、项目基本情况

1. 项目名称：新平彝族傣族自治县引进互联网租赁电动自行车投放运营项目

2. 项目编号：YNSZ2026-0731

3. 招标方式：公开招标

4. 项目概况：为进一步完善我县城市公共交通体系，满足群众短途出行需求，提升城市治理精细化水平，优化城市交通结构，缓解出行压力，有效解决城市交通出行“最后一公里”问题，构建绿色出行，根据交通运输部等十部委联合发布的《关于鼓励和规范互联网租赁自行车发展的指导意见》（交运发〔2017〕109号）、云南省交通运输厅等10部门联合印发的《关于鼓励和规范互联网租赁自行车发展的实施意见》（云交运输〔2023〕13号）等相关文件精神，依据委托第三方测评机构编制的《新平彝族傣族自治县城区共享单车市场容量测算与投放预测分析报告》，经县人民政府研究，决定通过公开招标方式选定运营服务企业。

5. 招标需求：依据中标候选人的排序结果，择取排名前两位的互联网租赁电动自行车企业，作为新平彝族傣族自治县互联网租赁电动自行车运营服务主体。

★二、投放数量

本次互联网租赁电动自行车投放规模实行配额总量调控，投放数量与市民短距离出行需求、城市空间承受能力、道路资源及停放设施承载能力相匹配，旨在防止盲目扩张，保持动态平衡。计划分2个区域投放：①县城区域1500辆、②扬武集镇区域（含大开门片区）500辆，投放总量为2000辆，每家企业配额为1000辆，按区域平均分配。后续将由招标人根据市民需求及承载能力，并征询相关管理部门意见，经县政府批准后方可对投放数量进行动态调整。

★三、投放服务范围

本次投放服务区域划分为2个，具体如下：①县城区域、②扬武集镇区域（含大开门片区）。各区域具体边界由中选人报送区域内城市管理部门审核，投放服务须在审核通过的区域内开展。后续若因市场需求需对投放范围进行调整的，必须经区域内

城市管理部门审核，并报请县政府批准后同意后方可实施。

★四、服务期限

本项目服务期限总计五年。每年度运营期满后，对各运营主体进行上一年度的运营服务做出相关评价，并向社会进行公示。具体评价方式及内容由招标人后期联合其他相关行业管理部门共同制定后发布。

★五、主要要求

1. 投放的电动自行车产品，须同时满足《电动自行车安全技术规范》（GB 17761-2024）、《电动自行车电气安全要求》（GB 42295-2022）、《电动自行车用充电器安全技术要求》（GB 42296-2022）、《电动自行车用锂离子蓄电池安全技术规范》（GB 43854-2024）及 3C（CCC 认证）标准。

2. 车辆投放前，中标人应按规定向交通管理部门完成车辆登记上牌手续，并配备相应安全头盔。

3. 投标人必须对所投放互联网租赁电动自行车的安全性负责，因其所投放的互联网租赁电动自行车引起的相关安全事故，应由投标人负全部责任，招标人不承担任何责任。

六、其他要求

1. 投标人拟投放的互联网租赁电动自行车应完全符合或优于有关国家标准、行业技术强制标准，性能安全，质量可靠，必须具有国家认定的专业检测机构出具的**车辆检验合格报告**。

2. 投标人拟投放的互联网租赁电动自行车应安装车载卫星实时定位系统，配套管理服务系统能够进行车辆定位、车辆轨迹分析、电子围栏划定，后期能将上述信息实时接入指挥调度中心监管的平台，并在平台开放监督管理权限。（**投标人应提供相关证明材料或承诺函**）

3. 头盔：投标人拟投放互联网租赁电动自行车的应随车配备完全符合或优于《摩托车、电动自行车乘员头盔（GB811-2022）》标准。

4. 投标人应具备线上线下服务能力，严格落实国家相关规定，合理配备与车辆投放规模相匹配的线上线下专职管理和运维人员，配备有符合相关安全规定与车辆投放

规模相匹配的专门用于互联网租赁电动自行车停放维修和集中调度的仓库和维修点，配置专门的调度车辆，组建与车辆规模相适应的运营维护队伍，做好车辆维护和停放秩序管理。投标人组建的运营维护队伍应符合以下要求：

4.1 投标人应当配置相应的运营维护人员，维护人员应当实行网格化，定人、定点、实时维护，保持车辆车容车貌整洁、车况良好。投标人应向管理部门提供运营维护人员名单信息（姓名、身份证号、电话号码、负责维护区域等信息）。

4.2 投标人应配置相应的调度车，及时清理违规停放、存在安全隐患、不能提供服务的车辆。

4.3 投标人应协助相关部门做好协调工作，自觉接受有关部门的监督管理，无条件服从有关监督管理部门组织的监督管理活动。

4.4 投标人应当自行配置仓库用于维修和集中调度车辆，并在仓库内配备用于电动自行车电池集中充电的设施，同时，仓库设施必须符合消防等安全生产管理相关规定，禁止占用城市道路等公共空间用于车辆存放、周转、维修及电池充电。

七、资金监管

鼓励投标人采用服务结束后直接收取费用的方式提供服务。

1. 市场运营主体原则上不收取用户押金，确有必要收取押金、预付资金的，须按照《交通运输新业态用户资金管理办法（试行）》（交运规〔2022〕3号）相关规定分别开立用户押金、预付资金专用存款账户，确保专用存款账户内用户资金安全。同时，明示押金退还方式、程序和周期，尽快实现“即租即押、即还即退”。**是否交纳押金或预付资金由骑行用户自行选择，不得强制收取押金。**

2. 市场运营主体应当与为用户资金提供支付结算、存管服务的银行和非银行支付服务机构签订协议，主动接受互联网租赁电动自行车行政主管部门和金融主管部门的监管。

八、信息开放要求

1. 投标人的运营平台系统应具备接入新平彝族傣族自治县行政执法指挥调度中心监管平台的条件，并能够向平台开放监督管理权限，提供信息查询，接受监管。投标人应具备可视化后台系统调度能力，能够进行全局及单点分析，对停放点的区域状态、车辆状态等信息实时检测并通过大数据计算出相关特征结果，实现停放点的规范

化管理。

2. 投标人信息平台的数据采集与使用应当遵循国家网络和信息安全有关规定，所采集的用户个人信息和生成的业务数据不得超越提供互联网租赁电动自行车所必需的范围，确保用户信息不被泄露，大数据资源不被用于损害国家、个人安全，不被挪作他用。

九、投放要求

1. 互联网租赁电动自行车的投标人应落实车辆注册登记制度，进行注册登记上牌并按照《摩托车、电动自行车乘员头盔（GB811—2022）》强制性国家标准配置安全头盔。未注册登记或未配置安全头盔的互联网租赁电动自行车不得投入运营。

2. 对违规投放的，由管理部门依法处理，投标人自行承担相关损失和责任。

十、停放秩序要求

1. 互联网租赁电动自行车停放必须符合城市、交通管理部门要求停放在非机动车停放区内，摆放整齐有序，按导向箭头方向停放。

2. 投标人应当应用电子围栏等技术，在交通枢纽、公交场站、轨道交通站、大型商业区、办公区、医院、旅游景区、企事业单位等公共场所，设置互联网租赁电动自行车停放点位，互联网租赁电动自行车定位功能和电子围栏设置误差须在 1 米范围之内。停放点服务应提供卫星定位覆盖管理能力，对停放点用户用车行为进行规范，用户用车后只能在指定的停放点区域范围内才能落锁停车，否则予以弹锁或收取调度费；同时应对互联网租赁电动自行车划分宏观运营区、非运营区。

3. 投标人应当充分运用车辆实时定位信息，根据停放点位车辆饱和情况及时调度转运车辆，最大限度满足用户用车停车需求。非机动车停放区内互联网租赁电动自行车实时停放数量不得超过停放区最大容量的二分之一，单一市场运营主体所属互联网租赁电动自行车实时停放数量不得超过非机动车停放区最大容量的四分之一。

4. 禁止在以下区域停放互联网租赁电动自行车及设置停放点位或电子围栏：消防通道、盲道、公共绿化带（绿地）、过街通道（人行天桥）、公交站台、机动车道、非机动车道，宽度小于 2 米的人行道；城中村、中小学校、广场、步行街及未经物业管理部门同意的居民小区、医院等；旅游景点、体育场馆、展览馆、会议中心、大型商城等人员密集区域的出入口两侧 20 米范围内；公交站点 20 米范围内、地下商场

出入口 5 米范围内；公交车站、火车站、高铁站等重要的城市交通枢纽站 50 米范围内；其他涉及公共安全的区域内。

5. 因投标人维护管理不到位，导致车辆乱停乱放，损坏、大面积积压影响市容环境的，管理部门可代为集中转运，按相关规定处理后，由投标人领回。限期内，投标人不按规定接受处理的，由监管部门向社会公告，公告后 60 个工作日内仍不领回的，按无主车辆作报废处置，相关损失、代为转运费用、车辆停放费等由投标人承担。

十一、日常管护要求

投标人应遵守互联网租赁电动自行车管理规范，切实落实以下管护措施：

1. 建立专职互联网租赁电动自行车管理维护团队；建立对所属互联网租赁电动自行车的日常巡查、管理和维护制度；建立对所属运维人员的管理、考核制度；建立对每日工作、重大事件的影像存档制度。

2. 充分利用车辆卫星定位、大数据等信息技术加强对所属车辆的经营管理，运维信息技术应当具备对车辆和运维人员实时监控、定位、统计、精确查找等功能。

3. 所属互联网租赁电动自行车按本实施方案中的停放秩序要求做好停放秩序管理。

4. 及时清理回收违规停放、存在安全隐患、不能提供服务的互联网租赁电动自行车，及时清运调度超规定范围停放的互联网租赁电动自行车。

5. 保持所属互联网租赁电动自行车车身、安全头盔干净整洁，并保证安全头盔无破损。如车身出现破损故障或安全头盔有破损，应及时进行维修更换。车身有张贴小广告现象必须及时清除，禁止在车身上设置商业广告。

6. 运维人员应当实行网络化，定人、定点管理维护，投标人应向交通运输局提供运营维护人员名单等信息，加强互联网租赁电动自行车的投放、转运、维修等环节的安全操作，防止出现安全事故。所属运维人员在岗管护互联网租赁电动自行车时，应统一着装、持证上岗。

7. 投标人所配置专门的调度车辆，车身应统一涂装互联网租赁电动自行车运维调度标识、24 小时服务热线等，便于相关监管部门识别，且不得从事其他物流运输活动。

十二、应急处置要求

1. 投标人应加强应急管理，加强对大型商业区域、重要城市道路、公共交通枢纽

站、学校、医院、公园等人口密集区的互联网租赁电动自行车进行重点管理，防止大面积堆压，制定重大活动、重要节假日应急保障预案，落实应急人员、设备和物资等。

2. 投标人所属互联网租赁电动自行车出现大量聚集停放情况时，应在发现或接到相关部门通报后 30 分钟内对聚集停放的互联网租赁电动自行车清运完毕。

3. 投标人未能在上述要求时间内将聚集停放的互联网租赁电动自行车清运完毕的，由属地管理部门代为应急处置，除依据相关法律法规对投标人进行处罚外，处置费用由投标人承担。

十三、运营服务要求

1. 投标人应当具有租赁服务的运营模式说明，明示计费方式和标准、公布服务质量承诺、公开服务监督电话，建立投诉处理制度，及时处理投诉。

2. 投标人应当实行用户实名制注册和使用，并与用户签订服务协议，明确双方权利义务，明确用户骑行、停放等方面要求。同时，建立健全用户信用管理制度，有效引导用户履行安全文明骑行、规范停放、诚信用车等要求，建立信用档案。

3. 骑行准入管控：严格核验年满 16 周岁身份，杜绝未成年人骑行，后台限制未成年人账号开锁权限。骑行规则提示：佩戴安全头盔、禁止载人、禁止逆行、不进入机动车道、不闯红灯、不酒后骑行；APP 小程序弹窗循环安全提醒。

4. 投标人应当为所有投放车辆购买非机动车第三者责任险和人身意外伤害保险，确保所有车辆保险有效，发生骑行事故时，投标人应积极协助快速调取骑行轨迹、车辆车况记录，配合公安交管部门定责，依规启动保险理赔程序，办理相关事宜。

5. 投标人必须公开在本县的服务监督电话，服务热线应当保证 24 小时开通。

6. 投标人应及时受理群众投诉、建议、报障或举报，对用户的投诉、咨询信息应当在 24 小时内有办理结果，用户的建议应当在 3 个工作日内向当事人反馈，办理记录应归档备查。

7. 投标人应加强互联网租赁电动自行车“文明骑行、规范停放”的宣传工作，增强社会公众责任意识和道德意识，鼓励公众发现、制止、纠正各类不文明骑行、停放行为。

8. 投标人应配合监管部门多措并举调动公众积极参与疏导、监督；鼓励行业协会、产业联盟发挥作用，制定发布行业公约等自律规则；鼓励社会公众与行业企业联动，

形成政府、企业、社会组织和公众共同治理的局面。

十三、退出要求

1. 协议退出

1.1 投标人准入后，30 日历天内未实施投放互联网租赁电动自行车运营的，撤出准入、退出运营。

1.2 投标人违反承诺或提供虚假信息的，查实后撤出准入、退出运营。

1.3 投标人采取套牌或超量投放互联网租赁电动自行车的，查实后撤出准入、退出运营。

1.4 投标人乱停放互联网租赁电动自行车问题严重、线下运维能力不足，导致大量互联网租赁电动自行车被依法扣押总数量超过本市场运营主体配额 20%的，撤出准入、退出运营。

1.5 投标人因市场运营主体管理原因引发群体事件或造成社会恶劣影响的，撤出准入、退出运营。

1.6 投标人不参加或不配合进行年度服务评价的，撤出准入、退出运营（详见附件部分：《新平彝族傣族自治县建成区互联网租赁电动自行车投放项目管理服务责任书》）。

1.7 非不可抗力因素拒不执行县人民政府和管理部门应急指令的，撤出准入、退出运营。

1.8 投标人之间不得采取签订协议等方式实施垄断行为，一经发现违反相关规定的，撤出准入、退出运营。

1.9 法律法规规定的其他违规情形。

2. 自行退出

经营期间，投标人因自身原因拟退出市场经营的，应当在终止运营服务前 30 个工作日内向县交通运输局提出终止运营服务报告，并向社会公告，完成清退充值余额、运营车辆回收、数据移交等工作。30 个工作日内未及时回收的车辆，由县相关行政执法部门代为回收并按无主车辆作报废处置，相关损失由投标人自行承担。

3. 退出手续

1. 投标人退出运营的，应依法依规办理退出手续，并完成所有投放车辆回收等退

出市场经营工作。

2. 管理部门在投标人完成清退充值余额、运营车辆回收、数据移交等工作后，按相关规定向社会发布公告。

第五章 评标方法（综合评分法）

评标方法前附表

条款号	审查内容	审查标准
一 资格 审查	具有独立承担民事责任的能力：供应商须在中华人民共和国境内注册，具备有效的营业执照或其他等效证明材料	投标文件中附营业执照或其他组织证明复印件或扫描件。
	自行承诺未被列入“信用中国”网站（ https://www.creditchina.gov.cn/ ）失信被执行人、重大税收违法案件当事人名单、政府采购严重违法失信名单及“中国政府采购网”（ http://www.ccgp.gov.cn/ ）政府采购严重违法失信行为信息记录。（采购代理机构将于投标文件递交截止时间后在上述网站对供应商信用情况进行查询，存在上述不良信用记录的，其投标将被拒绝，查询记录为上述网站信用信息查询结果的网页截图。）	提供书面承诺
	单位负责人为同一人或者存在直接控股、管理关系的不同供应商，不得参与同一合同项下的政府采购活动。	提供书面承诺
	投标人所投品牌的注册商须持有通信管理部门颁发的《互联网信息服务增值电信业务经营许可证》（即ICP许可证）。	提供扫描件或复印件 加盖公章
	投标人参与本项目所投放的车辆品牌，须为投标人（或投标人依法获得运营授权的品牌方）名下的自有注册品牌。	提供自有品牌证明材料 或授权协议
	拟投放车辆经国家认定的专业检测机构出具的有效期内的质检合格报告。	提供扫描件或复印件 加盖公章

	由采购人或采购代理机构依据资格审查标准对实质性响应的投标人进行资格审查，上述评审标准，投标人须全部满足，否则为不合格的投标人，不得进入符合性评审和投标报价评审。		
条款号	审查内容	审查标准	
二	符合性审查	投标文件的签署	投标文件的签署符合第二章投标人须知前附表第 22 项规定。
		法人身份证明书、授权委托书	法人身份证明书、授权委托书符合招标文件要求。
		投标文件编制	投标文件按照招标文件要求编制或投标文件不存在关键字迹模糊、无法辨认的。
		其他无效情形	不存在法律法规和招标文件规定的其他无效情形和投标文件不含有采购人不能接受的附加条件的。
		其他实质性条件	不满足招标文件标注“★”号条款的实质性要求。
		上述评审标准，投标人须全部满足，否则为不合格的投标人，不得进入详细评审。	
条款号	条款内容	编列内容	
三	分值构成 (满分 100 分)	本项目采用综合评分法，评标总分值 100 分 总分值= (F1+F2+F3+F4)。 F1: 对本项目的理解和建议 15 分 F2: 投放运营方案 45 分 F3: 服务需求保障措施 20 分 F4: 投放能力 20 分	
条款号	评分因素	评分标准	
F1	对本项目的理解和建议 (满分 15 分)	为契合当前市场环境及行业发展实际，有效防范车辆投放后可能出现的无序运营、低效配置及过度投放等问题，投标人须立足新平彝族傣族自治县的客观实际及拟服务区域的具体情况，结合当地人文特征、地理条件、气候特点、	

		<p>经济水平、区域规划、特殊状况及相关政策法规等要素，能准确理解拟投放区域的特点和难点，能科学界定拟投放车辆的具体骑行范围、车辆类型、收费标准、并提出合理化意见和建议。</p> <p>1. 对项目的理解</p> <p>评审原则：</p> <p>投标人应深入调研拟投放区域，准确反映当地实际情况，对人口密集区域及交通繁忙路段进行分析。若其对投放区域特点与难点的分析精准，针对性及全面性，并辅以有效数据及相关材料支撑，得 10 分。</p> <p>评审标准：</p> <p>若对项目特点及难点的理解存在以下不合理因素，每出现一处扣 2 分，直至该部分分值扣完为止：</p> <p>不合理因素：</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ 对本次项目的理解不清晰，系统性差，考虑存在较大的瑕疵； ▶ 缺乏针对性，存在明显抄袭情形； ▶ 未依照并落实国家相关政策法规； ▶ 未考虑项目所在地实际情况，不具备可操作性； ▶ 未围绕本项目实际投放要求展开。 <p>2. 意见及建议</p> <p>评审原则：</p> <p>投标人能够科学界定本项目拟投放车辆的具体骑行范围、车辆类型及收费标准，并提出合理化意见与建议的，得 5 分。</p> <p>评审标准：</p> <p>若意见及建议存在以下不合理因素，每出现一处扣 4 分，直至该部分分值扣完为止：</p>
--	--	--

		<p>不合理因素：</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ 内容不具体、不客观； ▶ 缺乏针对性，存在明显抄袭情形； ▶ 未依照并落实国家相关政策法规； ▶ 未考虑项目所在地实际情况，不具备可操作性； ▶ 未围绕本项目实际投放要求展开。
<p>F2</p>	<p>投放运营方案 (满分 45 分)</p>	<p>投标人应在充分了解调查拟投放区域状况的基础上出具投放运营方案，方案应从车辆管理制度、人员管理制度、客户服务制度、车辆调度巡查制度、事故处理方案、重点区域投放方案、应急处置方案、城市交通矛盾解决方案、助力城市发展新思路等方面进行详细阐述。</p> <p>具体要求如下：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 车辆管理制度从车辆投放与布局管理、日常维护与检修、智能化管理平台、用户行为规范、报废与回收、合作与监管等方面进行了阐述，切合实际，具备可行性的，得 5 分； 2. 人员管理制度从招聘与选拔、岗前培训与继续教育、绩效考核体系、安全管理规范、激励与留任策略等方面进行了阐述，能够针对本项目实际，针对本行业特性剖析从业者管理方式的，得 5 分； 3. 客户服务制度从客户服务热线与在线平台设置、问题响应与处理流程、用户投诉处理机制、用户满意度调查方案、客户服务团队建设、客户数据保护与隐私政策等方面进行了阐述，符合当前情况，客观合理的，得 5 分； 4. 车辆调度巡查制度从车辆调度总则、巡查队伍组建机制、巡查频率与路线方案、车辆状态检查机制、紧急调度机制、智能调度系统利用方案、巡查报告与反馈机制等方面进行了阐述，符合行业特性及本项目实际需求的，得 5

		<p>分；</p> <p>5. 事故处理方案从即时报告、现场保护方案、用户关怀及保险理赔方案、事故车辆回收及检修方案、事后分析与改进方案、有关信息通报方案等方面进行了阐述，符合行业特性及本项目实际要求的，得 5 分；</p> <p>6. 重点区域投放方案从数据分析、与当地管理部门联动、精细化智能调度方案、持续优化等方面进行了阐述，符合当地当前情况，客观合理的，得 5 分；</p> <p>7. 应急处置方案从紧急响应团队建设方案、气象预警应对方案、重大事项响应、技术故障应对、车辆临时调度方案等方面进行了阐述，符合当地当前情况，具备可行性的，得 5 分；</p> <p>8. 城市交通矛盾解决方案从智能调度与停车管理方案、政企合作规范运营方案、与其他交通工具融合方案、信用体系与用户激励方案、公众教育与宣传方案等方面入手，着眼于解决当前交通难题与矛盾，具有可行性，对治理城市交通矛盾有实操性和借鉴意义的，得 5 分；</p> <p>9. 助力城市发展新思路从辅助监管、多元化合作、产品创新、环境友好型实践方案等方面进行阐述，着力于探索智慧城市构建、绿色交通推广、减轻监管压力，符合当地当前情况，客观合理的，得 5 分。</p> <p>以上 9 点评审项有以下不合理因素的，每出现一个，扣 1 分，该项分数扣完为止：</p> <p>不合理因素：</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ 内容不具体不客观； ▶ 无针对性、明显复制粘贴自他处； ▶ 未依照、落实国家政策法规； ▶ 未考虑项目地实际情况；
--	--	---

		<p>▶ 未围绕本项目实际采购需求。</p> <p>注：投标人应提供真实有效的方案/材料/承诺作为评审依据，未提供或提供材料效力不足的，评审组有权不予赋分；提供虚假材料的行为可能导致相应处罚。</p>
F3	<p>服务需求保障措施 (满分 20 分)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 投标人能够满足招标文件有关信息开放要求，并能出具相应证明材料及承诺的，得 4 分； 2. 投标人能够满足招标文件有关停放秩序要求，并能出具相应证明材料及承诺的，得 4 分； 3. 投标人能够满足招标文件有关日常管护要求，并能出具相应证明材料及承诺的，得 4 分； 4. 投标人能够满足招标文件有关应急处置要求，并能出具相应证明材料及承诺的，得 4 分； 5. 投标人能够满足招标文件有关服务管理要求，并能出具相应证明材料及承诺的，得 4 分。
F4	<p>投放能力 (满分 20 分)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 头盔：能够提供符合《摩托车、电动自行车乘员头盔（GB811-2022）》标准检测报告且具备摘盔断电功能的，得 3 分；（提供人力自行车的该项不参加评审按满分 3 分赋分） 2. 车辆更新周期：承诺运营开始就投放新车的，得 5 分；运营开始 2 年内更新本区域投放车辆的，得 2 分；承诺 3 年更新的，得 1 分； 承诺更新年限超过 4 年的此项不得分； 3. 投标人对车辆废旧电池在收集、储存、转移、处置及再利用等环节上有完善的流程制度，有专人负责各环节，有符合国家要求的定点接收、处置单位的，本项得 5 分； （投标人应提供相关制度、案例及处置全流程证明材料作为评审依据） 4. 投标人承诺能够设立独立的专用资金银行账户用于互

		<p>联网租赁电动自行车租赁费用等资金管理,接受金融机构及监管部门的监管并保障资金安全的,得5分(提供证明材料或承诺)</p> <p>5. 投标人所投放车辆具有减震功能的得2分(提供证明材料)。</p>
--	--	---

评标方法及标准

1. 评标方法

1.1 本次评标采用综合评分法。评标结果按评审后得分由高到低顺序排列,得分相同的,投标文件满足招标文件全部实质性要求,且按照评审因素的量化指标评审得分最高的投标人为排名第一的中标候选人。

2. 评审标准

2.1 资格评审标准:见评标方法前附表;

2.2 符合性评审标准:见评标方法前附表;

2.3 分值构成与评分标准

2.3.1 分值构成

(1) 投标报价部分:见评标方法前附表;

(2) 技术和商务部分:见评标方法前附表;

2.3.2 评分标准

按招标文件中规定的评标方法和标准,对符合性评审通过的投标文件进行商务和技术评估,综合比较与评价。

(1) 投标报价部分评分标准:见评标方法前附表;

(2) 技术和商务部分评分标准:见评标方法前附表;

3. 评标程序

3.1 资格评审

3.1.1 由采购人或采购代理机构依据资格审查标准对实质性响应的投标人进行资格审查(资格性审查条件详见评标方法前附表),并向评标委员会提交资格审查报告。

3.2 符合性评审

3.2.1 评标委员会对通过资格审查的投标人进行符合性审查(符合性审查条件详

见评标方法前附表)。依据招标文件的规定,从投标文件的有效性、完整性和对招标文件的响应程度进行审查,以确定是否对招标文件的实质性要求做出响应。

3.3 详细评审

3.3.1 评标委员会按本章规定的量化因素和分值进行打分,并计算出投标人的评标总得分。对投标人的价格分等客观评分项的评分应当一致,对其他需要借助专业知识评判的主观评分项,应当严格按照评分细则公正评分。

3.3.2 评标委员会成员要依法独立评审,并对评审意见承担个人责任。评标委员会成员对需要共同认定的事项存在争议的,按照少数服从多数的原则作出结论。持不同意见的评标委员会成员应当在评标报告上签署不同意见并说明理由,否则视为同意。

3.4 投标文件的澄清

3.4.1 在评标过程中,评标委员会可以书面形式(应当由评标委员会专家签字)要求投标人对所提交的投标文件中含义不明确、同类问题表述不一致或者有明显文字和计算错误的内容,进行书面澄清或说明。评标委员会不接受投标人主动提出的澄清、说明。

3.4.2 投标人的澄清、说明应当采用书面形式,由法定代表人或其授权的代表签字,澄清事项不得超出投标文件的范围并不得改变投标文件的实质性内容(算术性错误修正的除外)。投标人的书面澄清、说明属于投标文件的组成部分。

3.4.3 评标委员会对投标人提交的澄清、说明有疑问的,可以要求投标人进一步澄清、说明。

3.5 评标结果

3.5.1 评标委员会按得分由高到低顺序推荐中标候选人,并提出书面评标报告。评标委员会的评标报告应由评标委员会全体成员签字。对评标结论有异议的评标委员会成员可以书面方式阐述其不同意见和理由。评标委员会成员拒绝在评标报告上签字且不以书面阐述其不同意见和理由的,视为同意评标结论。评标委员会应当对此作出书面说明并记录在案。

3.5.2 采购人根据评标委员会提出的书面评标报告和推荐的中标候选人名单,确定中标人。

3.5.3 特殊情形处理

(一) 公开招标数额标准以上的采购项目，投标截止后投标人不足3家或者通过资格审查或符合性审查的投标人不足3家的，除采购任务取消情形外，按照以下方式处理：

(1) 招标文件存在不合理条款或者招标程序不符合规定的，采购人、采购代理机构改正后依法重新招标；

(2) 招标文件没有不合理条款、招标程序符合规定，需要采用其他采购方式采购的，采购人应当依法报财政部门批准。

(二) 评标结果汇总完成后，除下列情形外，任何人不得修改评标结果：

(1) 分值汇总计算错误的；

(2) 分项评分超出评分标准范围的；

(3) 评标委员会成员对客观评审因素评分不一致的；

(4) 经评标委员会认定评分畸高、畸低的。

(三) 评标报告签署前，经复核发现存在以上情形之一的，评标委员会应当当场修改评标结果，并在评标报告中记载；评标报告签署后，采购人或者采购代理机构发现存在以上情形之一的，应当组织原评标委员会进行重新评审，重新评审改变评标结果的，书面报告本级财政部门。

(四) 投标人对本条第一款情形提出质疑的，采购人或者采购代理机构可以组织原评标委员会进行重新评审，重新评审改变评标结果的，应当书面报告本级财政部门。

(五) 评标委员会发现招标文件存在歧义、重大缺陷导致评标工作无法进行，或者招标文件内容违反国家有关强制性规定的，应当停止评标工作，与采购人或者采购代理机构沟通并作书面记录。采购人或者采购代理机构确认后，应当修改招标文件，重新组织采购活动。

第六章 投标文件格式

新平彝族傣族自治县引进互联网租
赁电动自行车投放运营项目

投 标 文 件

项目编号：

投标人名称： _____（盖公章）

法定代表人或其委托代理人： _____（签字或盖章）

日期： _____年_____月_____日

一、投 标 函

_____（采购人名称）：

我方全面研究了“新平彝族傣族自治县引进互联网租赁电动自行车投放运营项目（项目编号：_____）”的招标文件，决定参加贵单位组织的本项目投标。我方授权_____（姓名、职务）代表我方_____（投标单位的名称）全权处理本项目投标的有关事宜。

1. 我方自愿按照招标文件规定的各项要求向采购人提供所需服务，并承担招标文件中所规定的投标人的全部责任和义务。

2. 一旦我方中标，我方将严格履行合同规定的责任和义务，保证于合同签字生效后按采购人要求完成项目内容。

3. 我方严格按照招标文件的要求提交投标文件。

4. 我方愿意提供贵方可能另外要求的，与投标有关的文件资料，并保证我方已提供和将要提供的文件资料是真实、准确的。

5. 我方完全理解采购人不一定将合同授予最低报价的投标人的行为。

6. 投标有效期：90日历天。

7、其他：_____。

投标人名称：_____（盖公章）

法定代表人或其委托代理人：_____（签字或盖章）

通讯地址：_____

联系电话（手机号）：_____

座机：_____

日 期：_____年_____月_____日

二、法定代表人身份证明书

单位名称：

单位性质：

地址：

成立时间：_____年_____月_____日

经营期限：

姓名：_____性别：_____年龄：_____职务：

系_____（投标人的单位名称）的法定代表人。

特此证明。

投标人名称：_____（盖公章）

日期：_____年_____月_____日

附：法定代表人身份证复印件正、反面

附身份证复印件正面	附身份证复印件背面
-----------	-----------

三、法定代表人授权委托书

本人____（法定代表人姓名）系____（投标人名称）的法定代表人，现委托____（姓名、职务）为我方代理人。代理人根据授权，以我方名义签署、澄清、说明、补正、递交、撤回、修改“新平彝族傣族自治县引进互联网租赁电动自行车投放运营项目（项目编号：_____）”的投标文件、签订合同和处理有关事宜，其法律后果由我方承担。

委托期限：_____。

代理人无转委托权。

投标人名称：_____（盖公章）

法定代表人：_____（签字或盖章）

身份证号码：

委托代理人：

身份证号码：

联系电话(手机)：

座机：

日期：_____年_____月_____日

附：代理人身份证复印件正、反面

附身份证复印件正面	附身份证复印件背面
-----------	-----------

四、技术和商务部分

投标人根据招标文件及评标方法进行编制，包括但不限于以下内容（无固定格式，由投标人自行编制）：

- （1）对本项目的理解和建议
- （2）投放运营方案
- （3）服务需求保障措施
- （4）投放能力
- （5）投标人认为有必要提供的其他资料。

五、其他资料

(一) 投标人认为需要提供的其他资料。

六、资格审查资料

(一) 投标人基本情况表

单位名称					
纳税人识别号					
注册地址					
联系方式	联系人		联系电话		
	电子邮箱		座机		
成立时间			注册资本金		
法定代表人		联系电话 (手机)		座机	
授权代理人		联系电话 (手机)		座机	
基本存款账户 信息	开户银行： 银行账号：				
经营范围					
投标人关联企业情 况（包括但不限于 与投标人法定代表 人（单位负责人） 为同一人或者存在 控股、管理关系的 不同单位）					

投标人：_____（投标人全称）_____（盖公章）

法定代表人或其委托代理人：_____（签字或盖章）

日期：_____年_____月_____日

(三) 投标人相关资格证件复印件或扫描件

1. 有效的营业执照或者其他主体资格证明文件，或自然人的身份证明；

(附复印件或扫描件)

2. 其他资格审查材料。